

商标、工业品外观设计和地理标志法律常设委员会

第三十七届会议

2017年3月27日至30日，日内瓦

保护国名防止作为商标注册和使用：做法、方法和可能的趋同领域 ——成员国的评论意见

秘书处编拟的文件

一、导言

1. 商标、工业品外观设计和地理标志法律常设委员会（SCT）第二十一届会议（2009年6月22日至26日）至第三十四届会议（2015年11月16日至18日）审议了若干关于保护国名防止其作为商标注册和使用问题的文件。
2. 这些文件依据的是文件SCT/24/6中SCT成员答复“关于保护国名防止作为商标注册和使用的问题”（下称“问卷”）时提供的信息，以及SCT成员就涉及国名保护的国内法律和做法所提交的补充书面来文。
3. 依据SCT第三十四届会议的主席总结（参见文件SCT/34/7第9段），SCT通过了“经修订的关于保护国名防止作为商标注册和使用问题的参考文件”（SCT/34/2 Prov.2），并将其作为WIPO/Strad/INF/7予以公布。
4. 在SCT第三十四届会议（2015年11月16日至18日）上，主席要求秘书处以文件SCT/34/2为基础编拟一份新文件供第三十五届会议讨论，文件应指出国名保护方面的不同做法和方法，以及现有的

趋同领域。据此，秘书处编拟了文件SCT/35/4，它借鉴了文件SCT/34/2 中所载的信息，并提出了这一领域中可能出现的趋同领域¹。

5. 在 SCT 第三十六届会议（2016 年 10 月 17 日至 19 日）上，主席要求秘书处请成员优先就趋同领域一（国名的概念）、二（视为具有描述性的，不予注册）、五（无效宣告和异议程序）和六（作为商标使用）提交评论意见和看法，包括这些原则在其管辖区内如何适用的实际例子。

6. 本文件总结了 SCT 成员就趋同领域提出的评论意见及其国家法律和实践的例子。截至 2017 年 2 月 10 日，25 个成员国向国际局提交了文稿：阿根廷、白俄罗斯、加拿大、哥伦比亚、哥斯达黎加、芬兰、法国、格鲁吉亚、德国、希腊、冰岛、爱尔兰、秘鲁、菲律宾、波兰、葡萄牙、新加坡、南非、西班牙、瑞典、瑞士、塔吉克斯坦、乌克兰、美利坚合众国和乌兹别克斯坦。一个政府间组织，即非洲知识产权组织（OAPI）和下列观察员也提交了文稿：欧洲共同体商标协会（ECTA）、日本专利代理人协会（JPAA）和欧洲商标所有人协会（MARQUES）。所有提交内容全文公布于 SCT 电子论坛网页：<http://www.wipo.int/sct/en/comments/>。

7. 为给 SCT 的讨论提供便利，已将成员提出的评论意见在每个可能的趋同领域下作了总结。就所有可能的趋同领域所提出的评论意见见本文件的附件一，SCT 成员在提交文稿中提供的案例摘选见附件二。

8. 请 SCT 审议本文件并说明希望如何开展有关此议程项目的工作。

[后接附件]

¹ SCT 过去已采用“趋同领域”这一用语，来命名描述 SCT 在商标法具体领域所开展工作之成果的文件。尤其可参见关于非传统商标图样的文件 WIPO/Strad/INF/3，和关于商标异议程序的文件 WIPO/Strad/INF/4，网址是：<http://www.wipo.int/sct/en/wipo-strad/>。

可能趋同领域一

国名的概念

至少就商标审查目的而言，并且除非适用法律另有规定，国名可以包括：国家的官方名称或正式名称、常用名、名称的译文和音译、国家的简称，以及名称的缩略语用法和形容词用法。

收到的评论意见

阿根廷

关于商标和商品名称的第 22.362 号法第 3 条(g)款禁止把“……阿根廷政府已认可的外国所使用的名称或其他显著性标志”注册为商标。

哥伦比亚

国家法律没有具体提及保护是否仅涵盖官方名称，还是也包括常用或缩略语形式的国名。因此我们同意为审查商标的目的，应作的理解是，国名可以涵盖“可能趋同领域一”中提出的形式。

哥斯达黎加

建议进一步澄清“名称的形容词用法”这一措辞。

芬兰

本国实践基本涵盖“可能趋同领域一”中提及的所有不同形式。但是，国名不是在任何情况下都自动受到保护。有必要考虑目标公众所具有的意识 and 语言技能，在某些情况下，要考虑名称是否指明了与申请中要求保护的商品或服务相关的地点。

法国

对于将国名注册为商品或服务标志不作一般性排除。

德国

依据国家商标法，“国名”不自成一类。它们是表明地理来源的特定类别。我们的规定是，当这种标识是作为提及商品和服务来源的描述并缺乏显著性特征时，驳回注册申请。但是，德国支持“可能趋同领域一”所定义的可视为国名的情况。

希腊

依据第 4072/2012 号法第 123 条第 3(a)款“商标”的第三部分，国名不能登记为商标。这种禁止在实践中不仅包括官方或正式名称，还包括常用名、名称的翻译、音译以及国名的缩写名称。这项国家规定很明确，而且国家审查员的做法与之一致。在希腊不存在采用不同做法的空间。

冰岛

至少出于审查的目的，我国认为国名涵盖“可能趋同领域一”概括提到的相同或缩写形式。

秘鲁

依据关于建立安第斯共同体共同工业产权制度的第 486 号决定（下称“安第斯共同体第 486 号决定”），国名不属驳回商标注册申请的理由。

菲律宾

菲律宾知识产权局（IPOP HL）一般遵循“可能趋同领域一”所述的做法。但是，本局对国名的缩略语用法有所保留，因为某些缩略语可能不为审查员所熟知，例如国名的域名形式。

波兰

波兰专利局同意，为商标审查的目的，国名可以包括“可能趋同领域一”所述的不同形式。在评估是否可注册时，本局经常依据国际标准化组织（ISO）发布的 ISO 3166 标准，其中定义了国名、附属领土和特殊地理利益地区的代码。国家做法案例见附件二第 1 页。

葡萄牙

葡萄牙的《工业产权法》（IPC）没有任何关于保护国名免受商标注册的规定。但是，这种使用不能视为无限制。尽管没有直接保护，但对出于争夺用户和消费者而获利的使用存在限制。《工业产权法》第 223(1)(c) 条规定，仅由商品和服务地理来源（包括国名）组成的标志不得注册。

新加坡

新加坡的商标立法没有对“国家”一词作出界定。但《商标法》中多处提及“地理来源”。虽然驳回绝对理由中提及了“地理来源”一词，但对它也没有进一步界定。鉴于新加坡的商标立法对“国家”一词未作界定，对于国名是否包括“国家的官方名称或正式名称、常用名、名称的译文和音译、国家的简称，以及名称的缩略语用法和形容词用法”，尚不明确。对于将这些表述纳入作为“国名”定义的一部分，新加坡有实际操作上的关切，因为难以确定这些表述的具体所指。

目前，在审查商标注册申请的过程中，在决定国名是否存在异议时，商标审查员依靠一般性的互联网检索。但新加坡认为，由此产生的结果可能在国名的翻译和音译方面不够全面，因为有多种语言，因此可能存在多种不同的国名音译。新加坡还注意到，国名通常有多种变体。例如，新加坡共和国的简称和常用名就包括“新加坡（Singapore）”、“新加坡（Singapura）”和“狮城”，而用来表示新加坡的常用缩写就包括“SG”、“SGP”或“SIN”。因此，检索可能不会得到国名所有可能的简称、常用名或缩写形式。

新加坡提议，如果 SCT 打算继续推进强制保护国名免受商标注册和使用的工作，可以考虑（在 WIPO）创建一个集中的数据库，以存储适用保护的各国“国家的官方名称或正式名称、常用名、名称的译文和音译、国家的简称，以及名称的缩略语用法和形容词用法”，以便各知识产权局在审查商标注册申请的过程中予以参考。

南非

在 1993 年第 194 号《商标法》中，没有对“国家”或“国名”的明确定义。但该法第 2(1) 条对“公约国”的定义提供了一个关系不太密切的参考。因此，依据法律解释的规则，国家的概念（和国名的暗示）是预先设定的，而且应该具有其字面含义。公司和知识产权委员会（CIPC）商标司的商标审查做法反映出“可能趋同领域一”所考虑的对国名的理解。附件二第 1 页提供了商标注册簿中的几例组合商标。

西班牙

国名在西班牙的概念与“可能趋同领域一”显示的内容相吻合。

瑞 典

瑞典法律没有条文规定，驳回商标注册申请的理由可以是商标是国名或包含国名，而且没有对国名的界定。因此，提及领土可以视作国名，无论它是正式名称、名称的翻译和音译还是名称的缩略语用法和形容词用法，都是如此。

瑞 士

“可能趋同领域一”详细列出的国名的概念与瑞士的相同。具体来说，瑞士认为国名是对原产地的直接表示，即具体指明商品或服务的地理来源。语言学意义上正确的派生词，如形容词，作为与国名本身相同的立场对待。参见联邦知识产权局的《商标导则》。

塔吉克斯坦

国名包括该国的简称或常用名，这可能是也可能不是官方名称。依据《商标和服务标记法》第 8 条第(4)款，“……指示内容仅由代表国家官方名称的要素构成的，不得注册为商标……”。这种名称可以作为非保护要素纳入商标，但须经主管当局同意。

乌克兰

国家局支持“可能趋同领域一”所列的国名的概念。

美利坚合众国

尽管人们可能认为全世界所有的消费者都知道所有国名，但并非肯定如此。而且，如果与“可能趋同领域一”所列国名不同形式的差距越大，本地消费者就越不容易了解，尤其是翻译或音译。因此，可用于推定等同于国名的“可能趋同领域一”所列的标识列表过于宽泛。如果有任何情况表明在商标申请中使用这些标识应视作本身具有欺骗性或以其他方式转移对使用不具有欺骗性的举证责任，我们发现，在名称不为本地消费者所熟知的情况中，上述假定是完全错误的。美利坚合众国建议将这种可能的趋同领域缩小为可能更现实的表达方式，即可以限制为当国名为本地消费者所熟知、并被视为实际提及该国的情况。

乌兹别克斯坦

依据《商标、服务标记和原产地名称法》第 10 条第(2)款，代表国家官方名称的指明内容不得注册为商标。

非洲知识产权组织

《班吉协定》²尤其是关于商标和服务标记的“附件三”，是 17 个非洲知识产权组织成员国³的国家知识产权法或相关的执行条例。“可能趋同领域一”的提案符合非洲知识产权组织批准的方案。也就是说，国名可以是“国家的官方名称或正式名称、常用名、名称的译文和音译、国家的简称，以及名称的缩略语用法和形容词用法”。纳入翻译和音译在我们看来是必要的。在我们局，申请商标注册的标志任一部分如果是法语或英语（非洲知识产权组织的工作语言）以外的语言，则须由申请人进行翻译或音译，以便审查员确保其遵守公共政策和道德标准。

² 1977 年 3 月 2 日在中非共和国班吉缔结的《建立非洲知识产权组织的协定》。

³ 贝宁、布基纳法索、喀麦隆、中非共和国、乍得、科摩罗、刚果、科特迪瓦、赤道几内亚、加蓬、几内亚、几内亚比绍、马里、毛里塔尼亚、尼日尔、塞内加尔和多哥。

可能趋同领域二
视为具有描述性的，不予注册

至少就审查目的而言，对于仅由国名构成的商标，使用国名对商品或服务的来源地具有描述性的，应予驳回。

收到的评论意见

阿根廷

关于商标和商品名称的第 22.362 号法第 2 条(a)款规定，描述商标“性质、功能、品质或其他特征”的“名称、词语和标志”不得注册。这种排除适用于指明生产地（不同生产商认可该地为此种商品的来源地）的国名。否则，国名可进行注册，但存在误导性或作为原产地名称的除外。

加拿大

2016 年 2 月 23 日，联邦上诉法院修正了“MC 进口有限公司诉 AFOD 有限公司，2016 年联邦上诉法院第 60 号案”中检验地理描述性商标的做法。在这项最近的判决中，法院确立了一种检验方法，用于确定地理名称是否由于清楚描述了相关商品或服务的原产地因而不可注册为商标。现在，如果研究表明商标除了作为地理名称再无其他含义，则该商标在加拿大视为地理名称。该检验需要首先确定商标是否为地理名称，然后确定所涉商品或服务是否源自用作商标的地理位置。

虽然在许多情况下检验的第一步可能直截了当，但可能存在地理位置名称也具有其他含义的情况。如果对于商标是否实际是指一个地方存在模棱两可的话，研究分析将着重于在消费者的理解，即应从相关普通消费者的角度来考虑该问题，这些消费者应是商标相关产品或服务的普通消费者。

一旦结论认为商标是指某一地理位置，分析的重点就变成商品或服务的来源。如果商品或服务是在该地理位置制造、生产、种植、组装、设计、提供或销售，或者如果其主要成分或原料在该地制造，则可认为它们源自该地理位置。如果相关商品或服务源自商标所指的地点，则该商标清楚描述了原产地。另一方面，如果商标所指的地理位置不是商品或服务的实际原产地，则其没有清楚描述原产地，需要进一步分析以确定商标是否存在欺骗性的误述。

这项客观检验将使申请人在推翻因地理描述性产生的异议时更加困难。这一澄清更加肯定了加拿大能提供足够水平的保护防止国名的恶意使用。加拿大知识产权局已更新其审查手册以反映这一裁决。

哥伦比亚

安第斯共同体第 486 号决定载有一组假定，它们符合《保护工业产权巴黎公约》（下称《巴黎公约》）第六条之五的规定，因为它们禁止注册不符合显著性要求的标记，缺乏显著性可以体现为具有描述性、一般性和常见性。但是，第 486 号决定第 135(e)条所述的不规范原因——标记具有描述性——也可能发生的情况是，待注册标记仅由众所周知可作为产品质量来源的地理名称构成。但实际上，该标记是地理来源或地点——这并不足以断定它具有描述性，因为消费者未必会将该来源地与产品质量相关联，而且，如果产品的来源地与其质量之间没有联系，则可批准商标注册。

国家局认为，任何缺乏显著性的标志可能具有描述性，也可能没有，对此须作独立评估。但是，如果标记不具显著性，则不能将其视为有效商标。如果商标仅由与产品有关的国名组成，则该问题更适合在地理标志下进行讨论。因此，有必要对“可能趋同领域二”所说的情况加以区分，看是属于商

标具有描述性、且如果产品不源自所指国家则可能造成混淆的情况，还是属于商标完全不具显著性的情况。

哥斯达黎加

国家局认为，适当的做法是对“可能趋同领域二”加以澄清：国名不一定描述了来自该国所有产品的来源地，应当仅限于该国被认作申请要求保护的商品和服务的产地这种情况。

芬 兰

如果认为商标在商品或服务来源方面可能具有描述性或误导性，则国名不得作为商品或服务的商标予以注册。依据芬兰的《商标法》，单独或有少量更改或添加元素、指明（尤其是）商品质量或其生产地的商标，不得因此视为具有显著性，而且不具备注册资格。在评估显著性时，商标视作一个整体。如果商标包含除国名以外的其他显著性要素，则可视作整体具有显著性。在评估商标的显著性时，主管局必须考虑相关阶层的意识和语言技能。如果商标含有国名，评估重点应是是否会对一般消费者造成表明原产地的印象。国家实践案例见附件二第 2 页。

法 国

《知识产权法》（CPI）第 L 711-2(b) 条特别规定，“以下情况不具有显著性：[……]可用于指明产品或服务特征尤其是种类、质量、数量、用途、价值、地理来源、商品生产时间或服务提供时间的标记或名称[……]”。像所有作为商标的名称一样，国名必须具有显著性。但是，正是由于其本身、地名以及因此国名指明了特定地点，因而不能通过注册的方式实现专属。这涉及两类地名：普通大众认为不具有暗示性的地名，以及正相反——消费者认为不是中立性的地名。因此，审查主要取决于对所涉词语的显著性和非描述性特征的评估。附件二第 2 页提供了一个国家实践的例子。

德 国

对于仅由国名构成的商标，如果国名描述了商品或服务的原产地，则应予驳回，这是对的。联邦专利法院的裁决遵循这一原则。附件二第 2 页提供一个国家实践的例子。

冰 岛

对于仅由国名（“可能趋同领域一”所述各种形式）构成的商标，如果认为国名描述了所涉商品和/或服务，则予以驳回。这与“可能趋同领域二”的概述相同。

秘 鲁

安第斯共同体第 486 号决定规定，如果标记缺乏显著性，或仅由可在商业中用以描述商品或服务的质量、数量、用途、价值和原产地的符号或标记组成，或可能在商品或服务的地理来源方面误导商业圈或公众的，不得注册为商标。

菲律宾

依据菲律宾《知识产权法》第 123 条第(1)款(j)项，如果商标仅由可能在商业中用以指明商品和服务地理来源的符号或标记组成，不得注册。这一规定包括国名。

波 兰

依据《波兰工业产权法》第 129 条，“仅由或主要由可能在商业中用以指明商品种类、来源、质量、数量、价值、用途、制造过程、构成、功能或实用性的要素组成的标记，不得注册”。因此，如

果商标仅由国名组成，会被视为描述了商品或服务的原产地，因而不可注册（例如：波兰、法国、PL、FR 等）。如果一个词语标记含有国名和某些其他也可用于指明前述要素的元素，该标记会被视为具有描述性，因此不可注册（例如：波兰咖啡、人造咖啡、风味咖啡等（第 30 类）；日本车（第 12 类车辆））。

葡萄牙

葡萄牙《工业产权法》（IPC）第 223 条第(1)款(c)项规定，仅由商品和服务地理来源（包括国名）构成的标记不得注册。可以认为，如果申请中提到的名称与产品或服务之间没有联系，则可批准注册。但是，标记不是仅由国名构成的事实并不意味着它可立即注册。依据《工业产权法》第 238 条第(4)款(d)项，有关标记可能在产品或服务来源方面误导消费者，这也可能造成申请受限。

新加坡

依据《商标法》第 7 条第(1)款(b)项，不具任何显著性的商标不得予以注册。依据《商标法》第 7 条第(1)款(c)项，如果发现包含国名的商标仅由可能在商业中用以指明商品或提供服务的地理来源的符号或标记组成，将驳回注册申请。如果商标在申请注册日期之前已依据第 7(2)条因实际使用获得显著性，则可推翻第 7 条第(1)款(b)和(c)项中的异议。

新加坡队包含表明地理位置的标记的审查实践表明，总的来说，如果地理位置对于申请所列商品或服务或者密切相关的商品或服务具有声誉，则该申请将予驳回。特别是，主管局对涉及天然作物的商品申请更加严格。因其特性可能成为天然产品来源的地名不可能获得注册。新加坡国家局提交的商标案例见附件二第 2 页。

对于不具声誉的地理位置和不包括天然产品的申请，将依照以下标准评估是否可注册：(i)地理位置名称的知名度，以及(ii)现与该地理位置相关联的商品和服务。依据这些标准，一般可接受新加坡以外的地理位置名称用于服务商标，由海外资源在新加坡提供服务的除外，如金融业务、娱乐或旅行住宿。向新加坡国家局提交、显示上述原则的商标申请案例见附件二第 2 页。

仅由指明地理来源的标记构成的商标，如果已在申请注册日期之前因实际使用获得了显著性的特征，则可予以注册。但是，如果商标仅由国名构成，要以使用为由推翻异议则几乎不可能。

南非

《商标法》对单由国名组成而不考虑其他因素的标记注册未作一般性排除。但是，该法第 10 条第(2)款(b)项禁止使用指名商品或服务来源的名称。它规定：“不可注册的商标如下：以下标记不得注册为商标，或者如已注册，则须依照第 3 和第 70 条的规定，可从注册簿中注销：……(2)属于下列情况的标记：……(b)仅由可在商业中用以指明……地理来源……的符号或标记……”南非法院认为，第 10 条第(2)款(b)项不涉及显著性，但服务于公共利益，并旨在保护其他贸易商的权利。

最高上诉法院就第 10 条第(2)款(b)项提供了明确的指导，并列出了禁止使用指明商品或服务地理来源的名称这一规定的历史原因：“这些规定的原因[是]英语词汇是属于所有人的共同财产，不应允许任何人阻止社区其他成员“为描述的目的”使用提及商品性质或质量的词语（假如地名）”⁴。

依据该法第 10 条第(2)款(b)项就纯地名作出驳回的绝对理由不适用于组合商标。在此方面，必须认识到该法第 15 条规定，如果商标含有不具显著性的元素，有酌情权的注册员应要求以放弃对该元素

⁴ Harms DP, “世纪城公寓物业公司及另一方诉世纪城业主协会”案, 2010 (3) SA 1, 南非最高上诉法院。

的保护作为授予或维持注册的条件。因此，就第 15(a)条而言，如果商标含有国名及其他元素，只有当申请人放弃对该国名的专有使用权要求时，方可注册。

关于第 15(b)条，注册员在审查阶段可要求申请人提交以界定注册权利为目的的必要同意书，作为予以注册的条件。南非法院已经承认这种在放弃地名相关特殊权利要求方面的酌情权（特殊情况除外）。

西班牙

依据国家法律，国名本身不具描述性，它们只表明所定义产品或服务的地理来源。例如，可以接受标有“西班牙苹果”并伴有极具个性的图形要素的标记，但商品说明应改为：“源自西班牙的苹果”。

瑞典

在商标申请审查期间，瑞典专利和注册局（PVR）将依据已有做法和判例评估可视为国名的情况。欧盟法院（EUCJ）基准性的“Chiemsee 案”裁决（C-108/97 和 C-109/97 合案）在这一实践中起主导作用。

如果认为国名为本地消费公众所熟知，则须分析是否可在国名与申请所涵盖的商品之间建立任何合理联系。如果答案是否定的，则认为商标不会误导消费者。在其他情况下，可以考虑地理名称是否可与商品的实际质量或其他特征相关联，以及这是否可能在产品的商业来源方面误导消费者。同样分析适用于服务标记。相关国家实践的案例见附件二第 3 页。

瑞士

在瑞士，仅由国名构成的商标也因具有描述性而不得注册。对具有描述性的商品或服务标记可提出异议（在此方面，具体参见《巴黎公约》第六条之五 B.2）。有关方面认为它们没有提及任何特定公司（缺乏显著特征），而且原则上应可自由供所有市场参与者使用（可用性要求）。

塔吉克斯坦

《商标和服务标记法》第 8(1)(3)条规定，如果标记显示了商品的原产地，应驳回申请。因此，如果认为国名具有描述性，将驳回注册申请。

乌克兰

依据国家法律，仅由与申请要求保护的商品和服务一起使用且具有描述性（特别是表明商品制造销售或服务提供的地点和时间）的标识或数据构成的商标，应予驳回。但主管局将评估这种表示在商标中的地位。与这项规定一起，国家法律规定了对含有国家官方名称的商标的单独驳回理由。但是，只要经主管当局同意，这种名称可作为不受保护的元素纳入商标。不过，这一理由并不排除对商标显著性的审查。国家法律没有规定以国名的形容词用法作为驳回理由。相反，审查员将审查商标在商品或服务的产地来源方面是否具有误导性。

美利坚合众国

在商标仅由国名构成的典型案例中，可以看到“可能趋同领域二”表面上似乎反映出各国体系趋同的方面：大多数商标法规定，当商标对商品或服务的来源具有描述性时，应予驳回。但是，对于地理描述性元素不可注册的规定也有例外情况，而且十分重要。

依据美国法律，地理描述性的标记可能获得显著性，并因此具有注册资格。当然，对于国名这种情况，获得这种显著性很难，因为要表明已获得显著性需要针对该商品或服务持续并排他性地使用该元素。一般认为国名属于公共领域，因此，商标申请人可以合法提出仅由国名构成、用于某司法辖区特定商品或服务的商标已获得显著性的情况尽管不无可能，但十分罕见。因此，考虑到“可能趋同领域一”所包含的国名的不同变体，成功表明已获得显著性的可能性越来越大。

但对于地理描述性商标应予驳回的原则，还有另一种例外情况：在用于保护地理标志的商标制度下，地理描述性的元素在某些情况下可以注册。“可能趋同领域二”表明，各代表团同意，应禁止将国名或任何变体注册为区域原产地证明商标，或注册为作为国家自身或国家认证机构所拥有地理标志的集体标记或商标。这可能是个意想不到的后果，但无论如何，它是破坏保护地理标志的商标制度的。美利坚合众国建议缩小“可能趋同领域二”，以确保当包括国名的地理名称具有显著性时，可以进行注册。

乌兹别克斯坦

依据《商标、服务标记和原产地法》第 10(8)条，用以表示商品特征的名称（包括种类、质量、数量、属性、用途、价值以及商品制造或销售的地点和时间）的标识不得注册为商标。

非洲知识产权组织

任何缺乏显著特征的标记不能在非洲知识产权组织进行有效注册。对于任何只具有描述性（特别是描述所涉商品或服务的性质、特征或地理来源）的标志，也是如此。因此，如果国名用于描述商品或服务的原产地，或者如果公众认为国名仅用于表示这些商品或服务的原产地，则该国名不视为有效商标。

可能趋同领域三

视为具有误导性、欺骗性或虚假性的，不予注册

至少就审查目的而言，对于由国名构成或含有国名的商标，国名的使用使商标作为一个整体，对商品或服务的来源具有误导性、欺骗性或虚假性的，应予驳回。

收到的评论意见

哥伦比亚

安第斯共同体第 486 号决定第 135(i)条禁止将“可能误导商业界或公众，特别是在地理来源方面可能产生误导[……]”的标志注册为商标。要认为标志具有误导性，上述规则不要求标志整体如此，只要标志的一部分可能在产品的来源或其特性及其他因素等方面误导商业界或公众就足以。以此为由驳回标志注册不要求误导已经产生，要求是可能发生即可。据此，如果与现实不相符，标记不应显示可表明产品具有某些特性或正面含义的虚假来源。因此，如果国家局审查“D' RICARDOS SWISS WATCH (D' RICARDOS 瑞士表)”，而它是在波哥大以哥伦比亚技术制造，则认为这种产品具有误导性，因为瑞士表的质量是公认的。

哥斯达黎加

如果公认一个国家是申请要求保护商品或服务的生产地，则该国国名具有误导性。

芬 兰

如果国名对于申请要求保护商品或服务的来源具有误导性，则可将其排除，不得进行商标注册。

法 国

《知识产权法》（CPI）第 L 711-3(c) 条特别规定：“以下情况不得作为商标或商标要素：[……](c) 可能误导公众，特别是在商品或服务的性质、质量或地理来源方面可能产生误导的标志。”当国名已具有某种特定声誉，以至对其的占用看似不合法时，欺骗的情况更为常见。这种情况可能有许多不同的形式，例如，在商品官方保证外观或商品来源或来源地方面存在欺骗。

对部分由国名构成的标志，国家工业产权局（INPI）对于欺骗有不同做法，依据是所涉标志是否指明商品或服务。仅为区分服务提出申请的标志从未或几乎没有以误导性为由提出过异议。对于专为商品提交的标志，国家工业产权局依据以下假定的非穷尽列表，逐案进行区分。

将国名或其形容词用法与商品名称相结合不能用于界定在法国进行的设计、制造或销售过程。基于这种模糊性，国家工业产权局对注册提出异议，审查员要求申请人就提交标志的商品清单明确指出限制为“所有源自法国或在法国制造的产品”。如果申请人驳回纳入这一限制，将驳回异议所涉商品的商标注册申请。相关国家做法案例见附件二第 4 页。

这类案例中的决定旨在确定所涉国家是否对于要求保护的商品和服务具有特殊声誉，或者这些商品和服务是否实际在该国生产或提供，并隶属其中某一经济部门。如果是，则基于缺乏显著性、标志具有描述性以及具有欺骗性的理由登记异议。

新加坡

依据“商标法”第 7(4) (b) 条，如果发现包含国名的商标具有欺骗公众的性质，如在商品或服务的地理来源方面存在欺骗性，将驳回注册。新加坡局在地名方面的审查做法如下。对于商品，在商标中使用地名将使消费者把商标视为表明了商品的来源，而且如果商品并非来自该地点，会对其反感。但是，如果商标中的地名仅仅是作为想象性的关联，这是可以接受的。对于服务，在商标中使用地名通常更容易接受，因为它不太可能被视为表明了服务的来源。相关国家做法案例见附件二第 4 页。

瑞 典

瑞典专利和注册局认为，如果地名可能在所申请的标志与商品或服务的质量或其他特性之间建立联系，则视商业来源具有误导性。必须确定有误导性。对于地名及其变体，如果地名具有声誉，亦予驳回，因为使用有声誉的地名会造成消费者期待，如果不满足期待，则可视为欺骗。

可能趋同领域四 考虑商标的其他要素

至少就审查目的而言，并且除非适用法律另有规定，商标除其他要素外，由国名构成，而国名的使用使商标作为一个整体，在商品或服务的来源方面不具有显著性、具有误导性、欺骗性或虚假性的，应予驳回。

收到的评论意见

哥伦比亚

安第斯共同体第 486 号决定规定，必须考虑其他因素，才能得出结论认为含有国名的标志可视为具有描述性或误导性。例如，消费者认为产品特性与其来源或来源地之间所存在的联系，或者标志可能在产品来源地或其特性方面欺骗商业界或公众的可能。

芬兰

在评估显著性时，商标是作为一个整体评估。如果商标包含国名以外的其他显著性要素，则视为整体具有显著性。

法国

由实体名称加上“France”一词（“法国”）构成的标志，如果所传达的信息模糊不清，可以提出异议。但是，如果标志是“French”（“法国的”）加上实体名称，则不构成异议，因为其中没有制造的概念。如果实体名称可推断出制造的概念，国家工业产权局将对所有要素整体进行评估。在实践中，对制造这一概念的提及必须足够准确。例如，国家工业产权局接受“工厂”一词，但对“加工厂”一词有异议。实体名称必须包含特定产品的名称。申请中提及其他商品的，将提出异议。

某些包含国名的表达可以排除任何欺骗性的风险，不构成异议。例如：“Designed in France/Made in France/French manufacture/Manufactured in France/French store（法国设计/法国制造/法国制造/法国制造/法国商店）”。但是，对于诸如“created in France”、“French creation”或“à la française”（“法国创造”、“法国创造”或“法式风情”）之类的模糊表达，如果这些措辞不能用于确定产品是否在法国设计还是制造，国家工业产权局将提出异议。在异议商品的列表后加上“所有商品产自法国或在法国制造”的提法，可就欺骗性的缺陷作出救济。相关国家做法案例见附件二第 5 页。

波兰

如果商标包含国名和一些其他的描述性元素，但也包含图形元素，只要图形元素有足够的显著性来表示商品和服务的来源，即可注册。后一类注册商标的案例见附件二第 5 页。

新加坡

对于包含国名和其他要素的商标，将把商标作为一个整体进行审查，以确定其是否具有显著性。因此，如果包含国名的商标被视为整体具有显著性，则不予驳回。商标中存在其他要素不是确定商标是否具有欺骗性的相关因素。

瑞 典

如果要考虑商标的其他要素，重要的是评估这些要素中是否有任何要素会在商品产地方面对消费者造成误导。如果商标的其他要素各个都具有显著性，那么商标整体往往具有显著性而不具描述性。由图形要素或词语构成的商标作为整体予以评估。如果消费者可认出图形要素，例如，如果商标由斯德哥尔摩市政厅大楼和语言类要素“瑞典”组成，则不能排除可能缺乏显著性。后一类注册商标的案例见附件二第 5 页。

塔吉克斯坦

依据《商标和服务标记法》第 8(2)条，如果国名是(a)申请人的出生国家（其所在地）并且(b)不是商标的主要成分，则若主管局同意，并将该国名作为非受保护要素纳入其中，即可注册该商标。

可能趋同领域五 无效宣告和异议程序

在上述可能趋同领域二、三和四中所述的驳回理由，构成对注册商标的无效宣告理由，适用法律有此规定的，也作为异议理由。

收到的评论意见

阿根廷

关于商标和商品名称的第 22.362 号法第 4 条规定，为了行使对商标注册或使用“提出异议的权利”，申请人或异议人“须有合法利益”。因此，“任何人”凡有合法利益的均可对商标申请提出异议，当然前提是，他们能够证明值得法律保护的情况事实上存在。异议可以基于任何法律原因，确定不授予所涉商标的理由。依据阿根廷上述法律第 24(a)条，“违反该法律规定”所作的注册无效。这是指出于某种原因不应注册但已由相应局批准注册的商标。撤销注册的请求不由商标局受理：它们须转交至联邦民事和商业法院。

加拿大

加拿大《商标法》第 18 条规定了在加拿大注册商标无效的情况。具体来说，第 18(1)条规定，如果商标在注册之日不可注册，则该商标注册无效。因此，如同在“MC 进口公司诉 AFOD 有限公司”一案中，对商标是否可注册的司法裁决，因地理描述性商标而适用无效宣告程序。此外，依据《商标法》第 38(2)(b)条，可基于商标如上所述不可注册的理由，对商标注册提出异议。与无效宣告的情况一样，评估商标是否可注册的判例法适用异议程序。因此在加拿大，驳回商标注册的理由也适用于异议和无效宣告程序。

哥伦比亚

在商标注册过程中，如果申请完全符合形式方面的法律要求，国家局将命令公布申请。在公布后的 30 天内，利害相关的第三方可对注册提出异议，声明该标志在所用于的产品或服务的地理来源方面具有描述性或误导性。同样，国家局也可以依职权在行政决定中就商标注册申请作此声明，并因此驳回注册。商标注册后，如果认为商标授予违反了安第斯共同体第 486 号决定的规定，可向哥伦比亚行政纠纷最高法院——国务委员会申请相应行政决定绝对无效。

芬 兰

芬兰采用注册后异议制度。商标局审理异议案件，而无效宣告程序则由市场法院处理。芬兰商标法未就基于商标包含国名这一点提出异议或无效宣告作具体规定。在这种案例中，无效宣告或异议的理由应是商标缺乏显著性或对公众有误导性。商标局在商标申请程序中依职权对这些理由进行审查。反驳异议或无效宣告的观点可以是，例如，主管局最初错误地认为商标具有显著性并因此符合注册资格，或者主管局对证明因使用获得显著性做了错误解释，或使用证明本身不够充分和准确。

如果商标包含国名，提出异议或无效宣告的理由可以是商标在商品或服务的来源方面对公众有误导性。商标可能在注册前具有误导性，即由于商标提到的国家不是其所有人的所在国因而不应注册，或者商标在注册后出现误导性。芬兰《商标法》第 26 条对后一种情况作了规定。

对于权利要求所涉商标包括国名并因此具有描述性或误导性的，主管局不了解这种情况下在异议或无效宣告程序方面的任何判例法（主管局惯例或法院裁决）。

法 国

《知识产权法》第 L712-3 条规定：“公布内容应包含任何利害关系方可在两个月内向国家工业产权局局长提交意见的通知。”《知识产权法》第 R712-9 条规定：“依据第 L712-3 条提交的意见须由国家工业产权局立即通知申请人，或者如果确定它们在规定的期限后提交，或确定其主题明显与现行法律规定无关，则须无效驳回。须照此通知意见提交人。”无效宣告申请目前是由《知识产权法》第 L714-3 条管辖的司法程序。如果无效宣告诉讼是面向任何利害关系方的绝对无效宣告诉讼，则依据法国程序法，申请人必须证明其具有诉讼资格。

2015 年 12 月 16 日第 2015/2436 号《欧盟指令》第 45 条概括了成员国在商标方面的法律，目前正在转换为国家法，该条就确立撤销或无效宣告的行政程序作了规定。无效宣告的行政程序尤其基于所述“指令”第 4 条，该条是关于驳回或无效宣告的绝对理由。无效宣告的绝对理由包括商标不具有任何显著性、商标仅由指明地理来源的符号或标志组成以及误导性商标。

德 国

国家法律规定，如果在含有国名的商标中，国名具有描述性或可能欺骗公众，德国专利和商标局将适用注销程序。

冰 岛

冰岛的商标法对异议和无效宣告程序（行政或法院途径）都作了规定。两者中任一个的理由都与驳回的理由相同，并且涵盖“可能趋同领域二、三和四”所述的理由。

菲 律 宾

虽然菲律宾的《知识产权法》及其条例没有具体列举无效宣告和异议的理由，但这些都已考虑在内，因为第 151 条规定，如果已获注册的商标违反知识产权法的规定，可以提出注销的请求。这意味着如果国名已注册，即便其在商品地理来源方面具有描述性或误导性，也可以因注册违反了《知识产权法》的规定而被注销。另一方面，关于异议的第 134 条规定，任何可能因商标注册受到利益损害的人均可提出异议。它没有规定具体的理由。例如，如果商标“Italy”或“Italia”（意思均为“意大利”）注册用于非意大利产的意面或葡萄酒，可因具有误导性而被注销或提出异议。

波 兰

如果已注册商标含有被认为具有描述性的国名或由其构成，则可依据《工业产权法》第 129 条基于驳回的理由宣告该商标无效。目前从该法看不出未来有可能基于绝对理由对商标申请提出异议。但是，在商标注册前的任何时间点，第三方均可向主管局提交书面意见，说明不应注册商标的理由。

新加坡

依据《商标法》第 13 条，任何人均可在申请公布之日起的规定时间内，通过提交包括异议理由和其他相关事宜在内的说明书，通知注册员对注册提出异议。异议理由包括驳回注册的绝对理由，即商标对商品或服务原产地具有描述性和商标在商品或服务来源方面欺骗公众。依据《商标法》第 23 条，已注册商标可基于注册有悖于绝对的驳回理由而宣告无效。

南 非

商标审查包括绝对和相对的驳回理由。同样，（注册前的）异议也可基于同样的理由。对仅由国名组成的商标提出异议可以基于仅描述地理来源等方面的绝对理由。另一个驳回的理由可见《商标法》第 10(12)条，其中规定，如果商标“……本身具有欺骗性或其使用可能具有欺骗性或造成混淆……”，则不得注册。一般来说，这种异议理由的制度设计主要是为保护公众免受一切形式的欺骗。南非法律认识到，有关原产地的欺骗可以是商品的地理来源，这种商标显示来自某一特定国家，而使用其的商品并不产自该国，这种情况则视为欺骗。

但值得注意的是，在审查阶段认为商标本身对于商品地理来源具有欺骗性的，可以通过要求申请人提交原产国或原产地背书来解决。如果商标表明的来源地很可能误导或混淆消费者，就必须要求提交此背书。

《商标法》第 10(13)条规定了另一个异议理由，即，由于已使用商标的方式可能导致欺骗或造成混淆的，可以因此排除商标注册。这一理由与国名问题的交集在于，它将防止在原产地方面造成混淆或具有欺骗性的已使用商标获得注册。因此，对于由组合商标构成的同一申请，可能的解决方式如下：(a) 对商标中出现的地理来源放弃保护的声明，以及 (b) 承诺在商品上明确标明原产国的声明，因为这两项背书履行两种不同职能，但都有助于使所申请的商标变得可注册。

西班牙

可基于《商标法》第 5(1)(g)条规定的绝对驳回理由提出异议，依据这一规定，可能在例如产品或服务的性质、质量或地理来源方面误导公众的标志，不得注册为商标。本国国名（西班牙）如果构成词语或图形组合的一部分，且该组合有足够的特征或显著性，只要国名不对公众有误导性，或暗示该标志是保证商标或具有官方资助，则可予以注册。但是，“西班牙”一词作为主要或主导性元素存在于标志中，所构成的标志可能属于《商标法》第 5(1)(g)条的管辖范围，只是这一点不能确立为一般性规则，而且必须逐案进行分析。

瑞 典

自商标注册公布后的三个月内，任何利益相关的个人均可基于缺乏显著性的理由提出异议。但是，依据最近一份关于将 2015 年 12 月 16 日第 2015/2436 号《欧盟指令》转变为国家法的提议，将不再可能基于诸如缺乏显著性的绝对理由提出异议。瑞典专利和注册局允许提交意见。但是，意见提交人不构成程序的当事方。如果由于商标持有人使用商标造成商标已无显著性，则该商标有可能予以撤销。

瑞 士

在注册程序期间，瑞士联邦知识产权局当然审查是否存在任何可驳回商标保护的绝对理由。如果是，将驳回注册申请。依据《商标保护法》第 2(a) 条，对描述性商标（“可能趋同领域二”列出的驳回理由）可驳回注册，因为它们不具有任何具体的显著性特征。

依据《商标保护法》第 2(c) 条（“可能趋同领域三和四”列出的驳回理由），在地理来源方面可能有误导的商标，将驳回注册申请。因此，如果有关商品和服务列表不限于所示原产国，含有国名的商标将被驳回注册。依据本局的限制做法，任何含有提及某一特定地理来源的内容的标志可注册为商标的前提是，其所涉商品或服务与所提及的内容相对应。因此，有关商品或服务列表限制在符合消费者期望的范围内，以避免他们被误导。对于来自瑞士或外国的简单说明，本局对原产国加以限制。例如，商标“SWISSPOR”（商标号 P-470286）在瑞士在第 17 类下注册用于来自瑞士的商品。

确定自己具有法律利益的个人可向主管司法当局提出诉讼，要求废除任何认为尽管已存在驳回理由但仍已注册的商标。

塔吉克斯坦

依据《商标和服务标记法》第 33 条，如果所授商标违反第 8 条规定的要求（不具显著性或仅由表示国家官方名称的要素组成），任何人都可在商标有效期内的任何时间，要求商标全部或部分无效。

乌克兰

依据国家法律，如果认为商标具有描述性，即构成驳回商标注册的理由，即商标不可登记，既是无效理由，也是异议理由。

美利坚合众国

美利坚合众国原则上同意，审查中的驳回理由应与异议或无效宣告的理由相同。

乌兹别克斯坦

依据《商标、服务标记和原产地法》第 24 条，商标注册证可在其整个有效期内全部或部分宣告无效，前提是其授予违反第 2 条第(2)款和第 10 条第(1)至第(12)款规定的要求。这些规定涉及驳回的绝对理由，特别是第 10 条第(2)款提及国家的官方名称。商标注册证可在自注册公布之日起三年内全部或部分宣告无效，前提是商标所有人的行为造成符合规定方式的不正当竞争。无效宣告的案件提交至上诉委员会或法院。国内法没有规定异议程序。

非洲知识产权组织

依据非洲知识产权组织体系，异议程序（向主管局申请）和撤销程序（向法院申请）的目的相同，即从特别注册簿中删除任何不符合《班吉协定》第 2 和第 3 条附件三所规定有效条件的商标。“可能趋同领域二、三和四”所列的驳回理由应构成已注册商标异议和撤销的理由。

可能趋同领域六 作为商标使用

国名的使用可能在商品或服务的性质、质量或地理来源等方面对公众造成欺骗的，应向利害关系方提供适当的法律手段，制止此种使用，并要求扣押带有虚假来源标记的商品。

收到的评论意见

阿根廷

依据关于商标和商品名称的第 22.362 号法第 4 条，任何人均可对商标使用提出异议。这是任何禁止使用商标的民事禁令的基础。因此，凡具有“合法利益”的申请人均有必要手段防止在商品或服务的性质、质量或地理来源方面有误导性的情况下使用国名。这项原则有充分依据：它列于法律之中，是为保护商标持有人和消费者的利益，并培养良好的商业做法，从而使贸易实现自由、和谐和诚实发展。最后，通过第 17.011 号法在我国批准的《巴黎公约》第十条之二构成可直接适用的标准。

哥伦比亚

依据《巴黎公约》第十条之二第(3)款第(iii)项，“规范不正当竞争行为的第 256 号法”（第 256 号法）第 11 条负责规范哥伦比亚的不正当竞争行为，它规定：“使用或传播不正确或错误的说法或言论，省略真实的言论或任何其他类型的做法，凭借其发生的情况，可能对其所针对或覆及的人产生关于他人活动、商业服务或机构方面的误导，以及关于产品性质、制造方法、特性、使用适用性或数量方面的误导的，须予禁止。”而且，同一法律第 31 条规定，法院可采取措施防止或阻止不正当竞争行为，如欺骗行为，因此：“[……]如证明已实行或即将实行不正当竞争行为的，法院在具有诉讼资格的个人提出申请并负责该申请的情况下，可命令暂时停止此行为并采取其他适当的预防措施。”“法院规定的措施应优先处理。如有严重和迫在眉睫的危险，可在不听取对方当事人通过，并在申请提交后的 24 小时内签发。如在提出申请之前请求采取措施，则不正当竞争行为产生或可能产生影响之地的法官亦须拥有管辖权。”第 11 和第 31 条条文支持的结论是，哥伦比亚法律有适当的法律手段防止使用国名或致使其停止，如果这种使用旨在使所针对的人产生关于产品特性或质量方面误导的话。

芬 兰

芬兰《商标法》没有关于使用含有国名的商标的具体规定，也没有对使用这种商标的具体限制。《商标法》第 26(1)(2)条规定，“商标注册或成立后如果变得有误导性或违反法律和秩序或道德，须宣告该商标的专有权无效。”

第 36 条规定，“如果已转让或已获许可的贸易符号因新的所有人或被许可人使用的形式而变得有误导性，法院可酌情禁止新所有人或被许可人的使用”。而第 37 条规定，“如果依据第 36 条禁止使用贸易符号，法院可在可行的情况下命令对商品、其包装、手册、宣传单、商业文件或类似物品上使用的违反第 36 条禁令的贸易符号予以消除或修改，以便不再具有误导性。如果此规定不能以任何其他方式实行，法院须命令将如此标记的材料以指定方式销毁或更改。上述材料可视上述命令的执行情况予以没收，这时须适用刑事案件中关于没收的一般性规定”。

第 38/1978 号《消费者保护法》就公平营销作了规定。禁止贸易商在商业活动中提供关于商品质量和原产地等方面的虚假或误导性信息。而且，第 1061/1978 号《反不正当商业行为法》就优秀的商业做法作了规定。特别禁止贸易商就其自身业务提供虚假或误导性的表述，如果上述表述可能影响产

品供求或损害另一贸易商业的话。因此，第三方用以防止此种使用的法律文书受《商标法》以外的法律管辖。遗憾的是，该局不了解任何与使用含有国名的商标相关的判例法。

法 国

《消费者法典》第 L 121-1 至 L 121-7 条规定，如果出现以下任一情况，则视商业做法具有误导性：(1) 若其造成与竞争对手的其他商品或服务、商标、商号或其他显著性标志相混淆；以及(2) 若其所依赖的指称、表示或显示内容虚假或可能误导并涵盖一项或多项要素，特别是“商品或服务的基本特征，即其实际质量、内容、附属产品、来源、数量、生产方法和日期、使用条件、使用适用性、属性、预期使用结果以及对商品或服务进行测试和检查的结果和主要特点”。

竞争、消费者事务和制止欺诈总局的官员有权调查和记录侵权行为。应处罚的个人是所从事行为违反《指令》所规定专业尽职要求的从业人员，例如“可合理预期贸易商实行特殊技能和照护的标准与诚实市场惯例和/或诚信的一般原则相称”。停止误导性商业做法的命令可由获授权官员，或者负责调查的法官或审理程序的法院下达。

德 国

滥用地理来源标志属于普通法院的管辖范围。海关当局负责扣押。《商标法》第 127 条禁止误导性使用地理来源标志用于来自非标志所示地点、区域、领土或国家的商品或服务。具有特定声誉的地理来源标志享有额外保护，以免用于来自不同来源的商品和服务，如果这种使用将对地理来源标志的声誉或其显著性构成不当利用或对其有害的机会的话。如果原始地理来源标志的变化或增补形式不会消除所涉标志误导或不当利用或损害原始标志的声誉或显著特征的能力，则这两项原则也适用。《商标法》第 128 条规定了这种情况下的救济，特别是提出禁令或损害赔偿要求。

冰 岛

冰岛同意，应为利害关系方提供适当的法律手段以防止使用国名，如果这种使用可能以“可能趋同领域六”概述的方式欺骗公众。在冰岛可以提出申诉，即依据关于监督不正当商业做法和市场透明的第 57/2005 号法令，向冰岛消费者机构提出这些理由。

菲 律 宾

菲律宾的《知识产权法》规定了对误导性使用的救济。第 166 条规定，进口商品凡视为诱使公众相信该物品是在非实际制造的国家或地区以外的任何外国或地区制造的，均不得通过菲律宾海关进入。第 168 条规定了构成不正当竞争的行为，第 169 条规定了构成虚假指明来源、虚假描述或虚假表现的行为。申诉人可依据规定使用搜查和扣押的救济。

波 兰

利害关系方可依赖《反不正当竞争法》以防止使用国名，如果这种使用可能欺骗公众的话。依据该法第 8 条，为产品作虚假或误导性地理标志的标记，直接或间接指明国家、地区或地方的，或在商业活动、广告、商业信函、发票或其他文件中使用此种标志的，须视为不正当竞争行为。该法第 9 条规定，如果产品或服务在其原产地受到保护，而且其具体特征或属性与该来源相关，则虚假或误导性使用这些地理标志须视为不正当竞争行为，即便添加有“种”、“类”或“方法”等词也是如此。

此外，如果发生不正当竞争行为，则利益受到威胁或侵犯的企业家可以要求：(1) 放弃被禁止的做法，(2) 消除与该被禁做法相关的影响，(3) 就适当的内容和形式作出一项或多项说明，(4) 依据一般规

则要求损害赔偿，(5)上缴不合理的利益所得以及(6)如果不正当竞争行为是蓄意为之，给予足够数量的资金用于确定的社会目标（例如支持波兰文化或国家遗产保护）。

关于用于产品或其包装的标记或信息或广告所含说明真实性的举证责任须由被指控有误导性不正当竞争行为的人承担。

新加坡

《商标法》没有规定允许利害关系方在当国名的使用可能在商品或服务的性质、质量或地理来源等方面对公众造成欺骗时，可制止此种使用，或可要求扣押带有虚假来源标记的商品

南 非

有不同立法框架处理使用就地理起源具有误导性或欺骗性商标情况。每个立法框架规定有自己的程序和的机制来制裁这种使用。《商标法》第 10(13)条排除了因其使用方式很可能导致欺骗或混淆的商标的注册。接受本款同样适用于注册后使用导致欺骗或混淆的情况。依据该法第 26 条，如果商标未能遵守任何与登记有关的录入登记册条件（例如未遵守就原产国/地进行背书），则任何利害关系方均可以向法院或向注册人员申请，要求下令更改或撤销注册。

1941 年《商品标记法》（修订版）第 6 至 11 条包含与下列情况相关的规定、法定权力和刑事制裁：采用虚假商品说明和更改商标、销售和租用有虚假商品说明的商品、销售有南非制造商或贸易商名称或标记的进口商品而不附原产地标志、销售有官方语言商标的进口商品而不附原产地标志、要求原产地标志并要求某些类别的商品遵守特定标准的权力，以及规定可制作的商标原产地标志的类型。

2008 年《消费者保护法》第 24、29 和 41 条规定可以禁止使用在地理来源方面具有误导性或欺骗性的商标。规定涉及产品标签和贸易说明、正当和负责任营销（商品或服务营销的一般标准）的权利以及虚假、误导性或欺骗性的表现方式。

2003 年第 59 号售酒法是一个立法框架的例子，其目的是规范一个特定行业。因此，该法第 9 条规定了某些广告限制：“(1)任何人不得宣传：(a)任何酒或甲基酒精(i)以虚假或误导的方式……”。

瑞 典

依据 2008 年的《营销法》，禁止采用与某人业务或他人商业活动相关、有误导性的不正确陈述。这尤其适用于涉及产品来源的说明，如果说明影响或可能影响说明接受方作出合理商业决策的能力的话。而且，在比较宣传的情况下，比较可能引起混淆，不当利用与竞争对手的商标、商号或其他显著性标志相关或与指明所涉商品原产地相关的声誉。对于指明原产地的商品，比较必须是作相同指明的商品。

瑞 士

鉴于《巴黎公约》第十条关于第九条的要求，成员国应向利害相关方提供适当的法律手段，以防止在产品或服务的来源方面使用虚假说明。依据《巴黎公约适用指南》的具体说明，本条款适用于“所有直接或间接使用商品来源虚假标志的情况，不论该标志是指定地点或国家的名称，还是加入有虚构性的商号或作蓄意欺诈使用”⁵。

⁵ 《工业产权保护巴黎公约适用指南》，1969 年，Georg Bodenhausen 教授，第 145 页。

在瑞士，地理标志独立于任何注册受普遍专门保护。因此，任何农业或其他方面的商品，只要符合《商标保护法》中规定的条件，均受到保护，该法保护任何直接或间接提及商品或服务地理来源以防止非法使用（虚假或误导性的原产地标志，《商标保护法》第 47 条），以期永久保护瑞士原产地标志的价值，并为有效打击滥用奠定基础。例如，“圣加仑”的标志尽管未在任何联邦或州的注册簿登记，但受保护用于刺绣。

如果使用了不准确的原产地标志，《商标保护法》规定通过民事索赔要求采取法律行动。依据《商标保护法》第 52 条，任何确定有合法利益的个人均可采取行动使权利或法律关系获得承认。凡原产地标志权利受到侵犯的个人，亦均可依据《商标保护法》第 55 条申请禁令，要求禁止或消除所述侵权行为。受侵害方亦可依据《商标保护法》第 55(2) 条提出损害赔偿诉讼，要求赔偿非金钱损失并没收利益所得。

依据《商标保护法》第 64(1) 条，使用不准确的原产地标志也是可依职权予以起诉的刑事犯罪。故意使用不准确的原产地标志可处以罚款或最长一年期监禁。如系商业性犯罪行为，可处以罚款或最长五年期监禁。如果判处监禁，亦须缴纳罚款。

乌克兰

乌克兰的《商标法》未对使用尤其在商品和服务地理来源方面可能欺骗公众的商标作任何具体的禁止规定。此种商标不可注册，如已注册，可宣告无效。但是，如果生产商在贸易过程中利用标志向消费者提供误导性信息，特别是关于商品来源的欺骗性数据，则此种活动视为不正当竞争，将予禁止。乌克兰支持“可能趋同领域六”并认为，如果使用国名可能在商品和服务的地理原产地方面欺骗公众，则利害相关方能通过适当的法律手段防止此种使用。

美利坚合众国

“可能趋同领域六：作为商标使用”案文的范围比其标题显示的要宽泛得多。该案文明确将《巴黎公约》第九和第十条的义务（对标有虚假来源标记的商品在进口时予以扣押）以及第十条之二的义务（不正当竞争）归因于 WIPO 成员国对具有一定严重影响的商标所含国名的处理办法。

首先，纳入不正当竞争的概念——对使用在商品或服务的“性质或质量”方面存在欺骗的国名可提起诉讼——事先假定国名可在地理原产地之外用于表示来源。《巴黎公约》第十条之二要求 WIPO 成员对竞争者在贸易过程中所用指称造成混淆或误导消费者的不正当竞争行为提起诉讼；这不仅限于地理来源的虚假指称，也包括盗用或冒用的概念。

如上所述，仅由国名构成的商标能确定非地理来源的来源是一种罕见的情况。但案文给人的印象是，国名本身是来源识别符，可在地理之外识别原产国政府。换句话说，“可能趋同领域六”表明，滥用国名，除了商品或服务地理来源方面存在欺骗之外，也是对一国政府持续不利的不正当竞争行为。这种趋同领域可以理解为，政府是依据第十条之二就与商标使用或滥用国名相关不正当竞争提出索赔要求的利害关系方。而且，趋同领域中提及的语言来自第十条之二第(3)款第(iii)项，该项仅提及商品，而趋同领域的案文也包括服务。这种解释性扩大可能会使 WIPO 某些成员在依第十条之二履行其义务时产生疑问。

其次，因为这一可能趋同领域称为“作为商标使用”，并完全侧重于商标中的地理问题，而不是标签本身，因此我们表示关切的建议是，《巴黎公约》第十条必须适用于商标，而非对商标所出现的标签或包装的分析。对美利坚合众国而言，第十条是通过多种法律和法规予以执行，不仅有《商标

法》，还有《美国关税法》以及美国海关和边境保护局（CBP）颁布的规定。海关规章与原产国标签相关商标规定之间的相互作用十分复杂。

非洲知识产权组织

任何国名的使用特别是在所涉商品或服务的性质、质量或地理来源方面可能误导公众的，应使用适当的法律文书加以防止，文书的目的应是在不影响商标立法所提供的法律途径的情况下，通过禁令停止使用商标，并授予民法所规定的损害赔偿和任何其他赔偿。

[后接附件二]

本附件所载案例系 SCT 成员提交材料的摘选。

可能趋同领域一
国名的概念

波 兰

案件 6 II SA433/03 (2004 年 5 月 28 日)

法院认为，不可能注册由 ISO 标准中定义的双字母国家代码（在本案中为南非代码）组成的商标。

南 非

商标注册簿的几个组合商标：

国家的官方或正式名称：商标注册号 2011/23006，**LE TOUR DE FRANCE**，第 12 类，但须符合以下限制：“本商标注册不授予在商标以外单独使用‘FRANCE’一词的专有权。”

常用名：商标注册号 2006/23002，**MZANSI FO SHO**，第 41 类，对于在南非使用的通俗口语有以下限制：“本商标注册不授予在商标以外单独使用‘MZANSI’一词的专有权。”

名称的译文和音译：商标注册号 2012/00265，“**中国电信**”在第 35 类下受认可如下：“商标中的汉字音译是“ZHONG GUO DIAN XIN”，英文意思是“CHINA TELECOM”。本商标注册不授予在商标以外按‘CHINA’的地理内涵使用的专有权。”

名称的缩略语用法：商标注册号 2009/19989，**USA PRO**，第 28 类，但须遵守以下限制：“本商标注册不授予在商标以外单独使用‘USA’一词的专有权。”

名称的形容词用法：商标注册号 2000/13700，**FLAMBOS~MEXICAN~FLAME GRILLED CHICKEN**，第 29 类，但须符合以下限制：“本商标注册不授予在商标以外单独使用‘MEXICAN’一词或“GRILLED CHICKEN”一词的专有权。”

可能趋同领域二

视为具有描述性的，不予注册

芬 兰

申请号 T201452470 NORWEGIAN (08/12/2014) ——第 39 和 43 类中的某些服务。

授予商标：商标仅由“NORWEGIAN”一词组成，意思是挪威的当地人或国民、挪威语或与挪威相关的事物。主管局认为，该商标可以描述第 39 和 43 类中的所有服务，因为该商标显示地理来源和服务质量。主管局还认为该商标对于服务来源具有误导性，因为申请人是爱尔兰人。申请人将服务列表限制在仅涵盖第 39 类中与航空旅行相关的某些服务，并提供了商标使用证明。认为该商标使用时间够长、程度够广，通过真正使用达到了显著性所要求的程度。

法 国

申请：第 9、14、18 和 25 类中的 **MOROCCO** (申请号 073517019)、**MOROCCO** (申请号 073517015) 和 **MOROKO** (申请号 03517017)。

巴黎上诉法院肯定了国家知识产权局的决定，驳回申请。

德 国

申请：BPatG, 26W (pat) 052/99, 2001 年 4 月 25 日

Germania: 第 21 类

驳回申请：联邦专利法院裁定该商标不符合保护资格，因为申请仅提及德国作为已知生产国。法院还认为，有必要使该国名的意大利语翻译“Germania”可供进出口市场的竞争对手自由使用。

新加坡

商标号 40201505876V



第 29 类中的某些商品。

可异议：该商标描述了商品的地理来源，表明它们来自新西兰（“NZ”）。新西兰是世界上最大的乳制品出口国，每年约占国际乳制品贸易的三分之一。

商标号 40201505398Q

THAI TOWN

第 35 和 43 类中的某些服务。

可接受

商标号 T1205498I

MOZAMBIQUE GAS

第 4、40 和 42 类中的某些商品和服务。

可异议。

瑞 典

专利上诉法院（PBR）案件号 92-593。

（CHRYSLER）MONACO

专利上诉法院的结论是，国名“MONACO”为瑞典消费者所熟知，即便没有发现合理联系可认为商品（汽车等）是来自摩纳哥，因此认为该商标不会对消费者产生误导。

可能趋同领域三

视为具有误导性、欺骗性或虚假性的，不予注册

法 国

EVI  FRANCE

第 34 类

国家知识产权局就“法国”一词的误导性提出了实质性的异议意见。申请人随后提交了以下限制：“所有这些商品均来自法国或在法国制造”。

新加坡

商标号 T1413659A

teuscher
Chocolates of Switzerland

第 30 类：巧克力。

可异议：该商标会使消费者认为使用其的商品源自瑞士。申请被限制为“源自瑞士的巧克力”。

商标号 40201510518Q



第 35 类中的服务。

可接受。

可能趋同领域四
考虑商标的其他要素

法 国



在第 25 类下已注册。

波 兰



在第 30 和 35 类下已注册。



在第 29、30、31、35 和 43 类下已注册。

瑞 典

SVENSKBYGGTJÄNST（瑞典建筑服务）

案例编号：111-077

瑞典专利上诉法院（PBR）认为，瑞典专利和注册局未审查“瑞典”一词是否与所申请服务的质量有关，因而推翻了专利和注册局的决定，责令重新递交申请进行详细审查。

[附件二和文件完]